**"뜨는 시장 잡아라" 푸드테크 '쩐의 전쟁'**

배달주문·맛집 정보 서비스등  
IT기반 (기업/회사)경쟁력 높아 고속성장  
수백 억대 투자 잇따르며 '후끈'  
AI스피커 킬러콘텐츠로 각광에  
네이버·카카오도 투자에 적극  
자체 생태계 구축 경쟁 뜨거워

2018-06-13 21:27:06  
  
<http://www.sedaily.com/NewsView/1S0SLQ8HUI>

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | '뜨는 시장 잡아라' 푸드테크 '쩐의 전쟁' | |

식품산업에 정보기술(IT)을 접목한 푸드테크업계가 ‘쩐의 전쟁’으로 달아오르고 있다. 배달주문 앱과 맛집 정보 서비스, 온라인 식품거래 플랫폼 시장이 빠르게 성장 중이고 인공지능(AI) 스피커의 킬러콘텐츠로도 각광받으며 대규모 투자가 잇따르고 있다.    
  
13일 IT업계에 따르면 최근 푸드테크업체에 대한 굵직한 투자가 이어지고 있다. 배달주문 앱 ‘요기요’와 ‘배달통’을 운영하는 알지피코리아는 최근 바로고에 200억원 가량을 투자했다. 바로고는 자체 매장 없이 매장 음식 배달을 대행하는 배달서비스로 KFC와 롯데리아 등 프랜차이즈는 물론 일반음식점들까지 월 200만건의 배달을 대행하며 기사수만 3만여명에 달한다. 알지피코리아는 앞서 지난해 9월 300억원을 투자해 또 다른 배달대행업체 푸드플라이를 인수하기도 했다. 배달대행서비스 ‘부릉’을 운영하는 메쉬코리아는 지난해 7월 네이버로부터 240억원의 투자를 받는 등 지난 2013년 설립 이후 누적 투자유치액이 755억원에 달한다.  

배달주문앱과 맛집 정보 서비스 등에 대한 투자도 이어지고 있다. ‘배달의 민족’을 운영하는 우아한형제들은 지난 1월 네이버로부터 350억원의 투자를 받았고 ‘식신’과 고급 식당 추천 및 예약 플랫폼 ‘포잉’을 운영하는 ‘트러스트어스’ 역시 지금까지 각각 90억원, 130억원의 투자를 유치했다.  
  
푸드테크업계 돈이 몰리는 이유는 ‘뜨는’ 시장이기 때문이다. 배달대행수는 매년 2배로 늘고 있고, 배달주문 앱을 통한 거래량도 급증하고 있다. 업계가 추산하는 음식배달시장규모는 13조원~14조원인데 반해, 배달대행업체를 통한 거래량은 2조 내외에 불과해 성장 여력도 크다.   
  
푸드테크기업 투자에 가장 적극적으로 나서고 있는 곳은 포털업체인 네이버와 카카오다. 지난해 AI 스피커를 내놓은 이들은 음식 배달을 킬러 콘텐츠로 낙점한 상황이다. 자사 AI 스피커에서 음성으로 음식을 주문하면 앱을 통해 매장을 찾아 주문을 하고 배달대행업체를 통해 집까지 배달해주는 ‘원스톱 서비스’를 구축하겠다는 계획이다.    
  
네이버는 우아한형제들과 메쉬코리아 외에도 음식주문접수 및 배달 시점관리 솔루션 제공업체인 ‘푸드테크(50억원)’와 트러스트어스(40억원) 등 총 700억원을 푸드테크업체에 쏟아부었다. 카카오 역시 투자전문계열사 카카오벤처스를 통해 맛집검색 솔루션업체 다이닝코드를 비롯해 ‘아내의 식탁’을 운영하는 컬쳐히어로, 당뇨맞춤형 식단 배송 서비스를 제공하는 ‘닥터키친’에 투자를 단행했다. 지난 3월에는 서울지역에 배달대행서비스를 제공하는 TNB의 지분 51%를 인수해 배달대행에까지 영토를 넓혔다. 국내 스타트업 투자를 조사해 발표하는 ‘퓨처나인 리포트’에 따르면 올해 푸드테크 투자액은 2,000억원 가량에 달할 것으로 예상됐다. 한국푸드테크협회 회장을 맡고 있는 안병익 식신 대표는 “푸드테크업계는 가파른 성장세를 보이고 있는 만큼, 앞으로도 배달주문과 배달대행 시장 생태계 선점을 위한 업체 간 경쟁이 더 치열해질 것”이라고 말했다.